

НАБЛЮДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, АПРИЛ 2010 ГОДИНА

През април 2010 г. общият показател „доверие на потребителите” нараства с 6.4 пункта спрямо януарското си равнище (граф. 1), което се дължи на повишаване на доверието сред населението в градовете (с 8.5 пункта) и в по-малка степен - сред населението в селата (с 1.5 пункта).

Като цяло последната анкета показва намаляване на негативните очаквания за следващите дванадесет месеца по отношение на финансовото състояние на домакинствата, общата икономическа ситуация в страната и безработицата, което и покачва равнището на общия показател на доверие (граф. 2, 3 и 4). По отношение на безработицата предвижданията са, че ще има съкращаване на персонала и през следващите дванадесет месеца, но темповете значително ще се намалят (понижение на балансовия показател с 16.2 пункта).

Същевременно обаче се запазват, дори в някои случаи се влошават, оценките по отношение на настоящето, като при населението в селата тази тенденция е по-силно изразена. Така например общата оценка на потребителите за настоящото развитие на икономическата ситуация в страната се влошава в резултат на понижените оценки на потребителите в селата. Потребителите в градовете запазват мнението си от преди три месеца (граф. 5). Според оценките на потребителите, отбелязани през април, финансовото състояние на техните домакинства през последните дванадесет месеца се е влошило още повече, като сред населението в селата влошаването е още по-голямо (граф. 6).

Потребителите продължават да считат, че и през последните дванадесет месеца има покачване на потребителските цени (граф. 7), като инфлационните очаквания за следващите дванадесет месеца са в посока на забавяне на темпото на увеличение на цените (граф. 8).

Последната анкета отчита малко по-благоприятна обща оценка относно настоящата ситуация да се правят разходи за покупка на предмети за дълготрайна употреба¹ (граф. 9), като същевременно се регистрира и повишение на стойността на балансовия показател относно намеренията за такива покупки през следващите дванадесет месеца. Малко по-позитивна е и нагласата на потребителите по отношение на извършването на разходи за „покупка на кола” и за „подобрения в дома” през следващите дванадесет месеца. Балансовият показател обаче, свързан с намерението за „покупка или построяване на жилище (вила)” в бъдеще, се понижава.

¹ При коментара на отговорите относно покупките (разходите) трябва да се има предвид, че въпросите се задават тримесечно, макар че тези покупки (разходи) се извършват от потребителите през по-голям период от време. Ето защо е нормално преобладаващите стойности на балансите на мненията да са трайно разположени в отрицателната зона на графиките, но значение за икономическия анализ има посоката на движение на балансите на мненията като индикатори за положителна или отрицателна промяна.

МЕТОДОЛОГИЧНИ БЕЛЕЖКИ

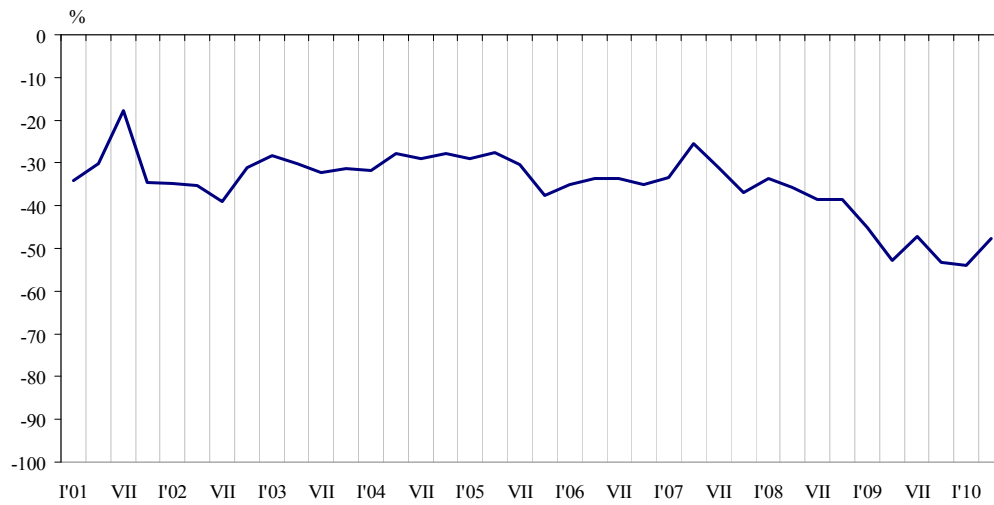
Изследването е част от хармонизираната програма на Европейския съюз за наблюдения на бизнес тенденциите и наблюдение на потребителите и е представително за населението на 16 и повече години.

Обект на изследването са лицата на 16 и повече години, методът на подбор - случаен, гнездови и пропорционален на населението по райони, в т.ч. селско/градско население (153 гнезда с по 8 лица в гнездо). Методът на анкетиране е интервю - лице в лице. Анкетата съдържа стандартизирани въпроси, свързани с финансовото състояние на домакинствата, общата икономическа ситуация в страната, инфлацията, безработицата, спестяванията, намеренията за извършване на основни разходи за предмети с дълготрайна употреба и покупка на жилище или кола. Предлаганите варианти на отговор създават възможност за степенуването им от оптимистични през неутрални към песимистични. Балансът на мненията се получава като разлика между относителните дялове на положителните и относителните дялове на негативните мнения със следната особеност: на силно положителното и силно негативното мнение се дава коефициент 1, а на по-умерено положителните и по-умерено негативните мнения - коефициент 0.5.

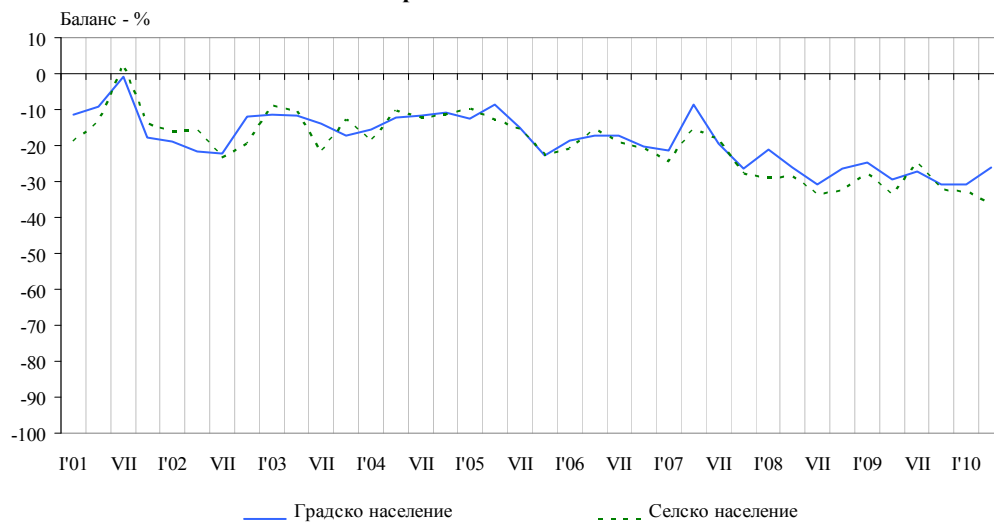
С резултатите от наблюденията се цели да се улови посоката на изменение на изследваните променливи, в т.ч. в нивото на доверие на потребителите, което, от своя страна, дава възможност да се изследват тенденциите в развитието на общественото мнение по основни икономически процеси и явления.

Показателят на доверие на потребителите е средна аритметична на балансите на очакванията за развитието през следващите дванадесет месеца на: финансовото състояние на домакинствата, общата икономическа ситуация в страната, спестяванията на домакинствата и безработицата, като последният баланс се взема с обратен знак.

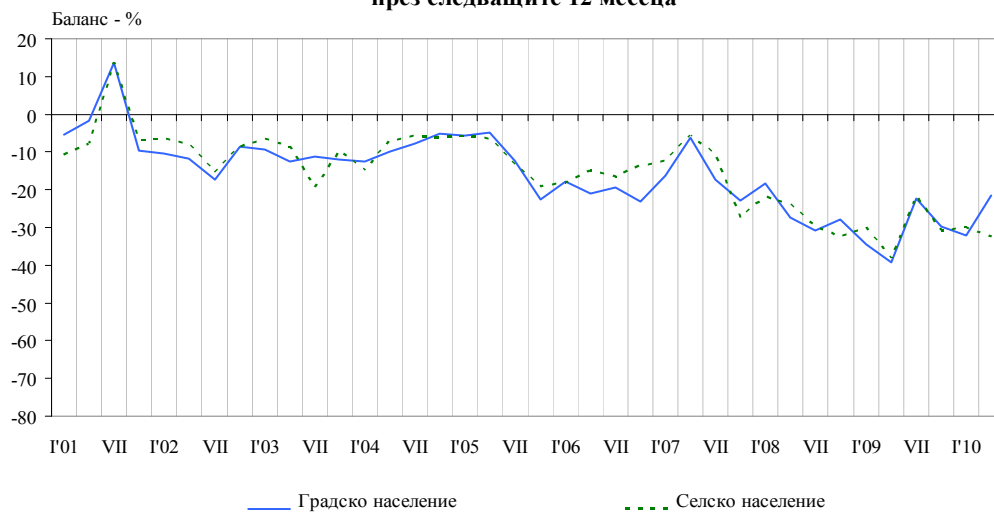
Графика 1. Показател на доверието на потребителите



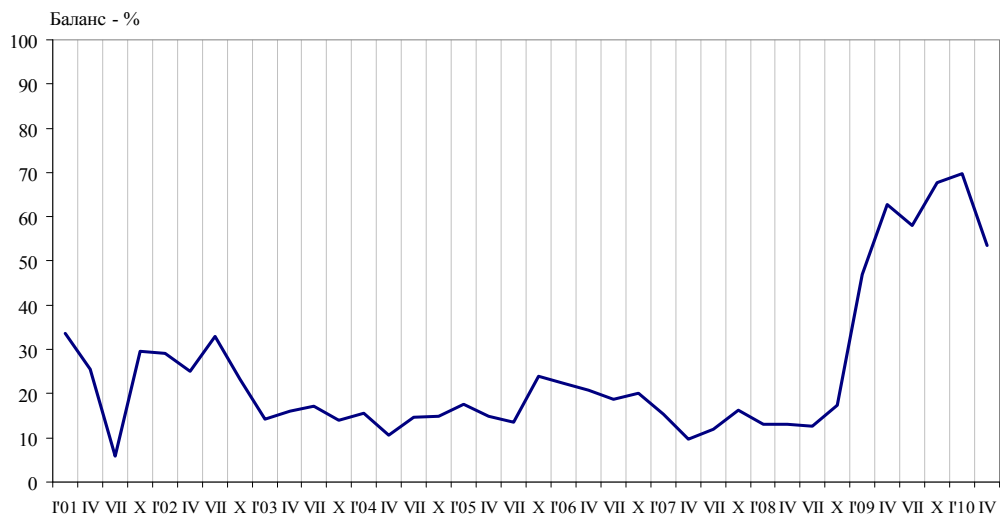
Графика 2. Очаквания за финансовото състояние на домакинствата през следващите 12 месеца



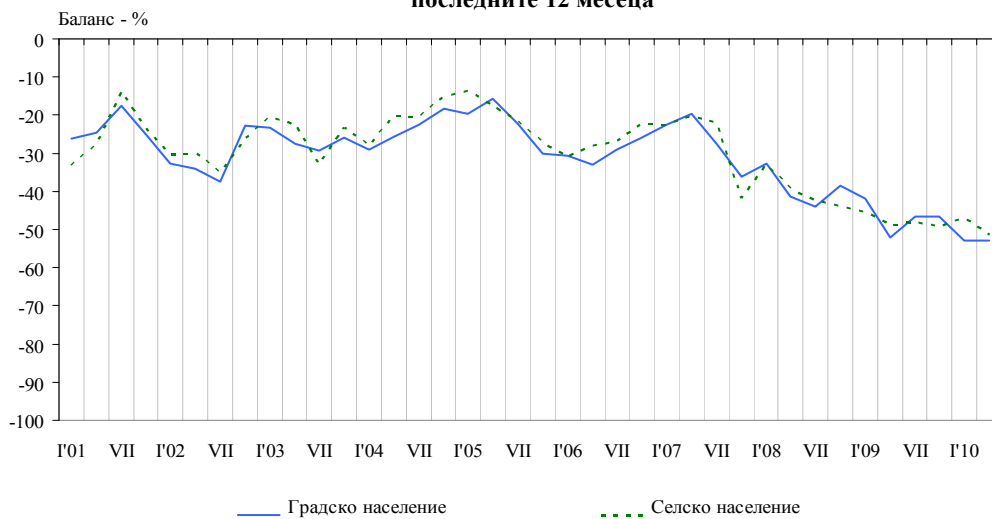
Графика 3. Очаквания за общата икономическа ситуация през следващите 12 месеца



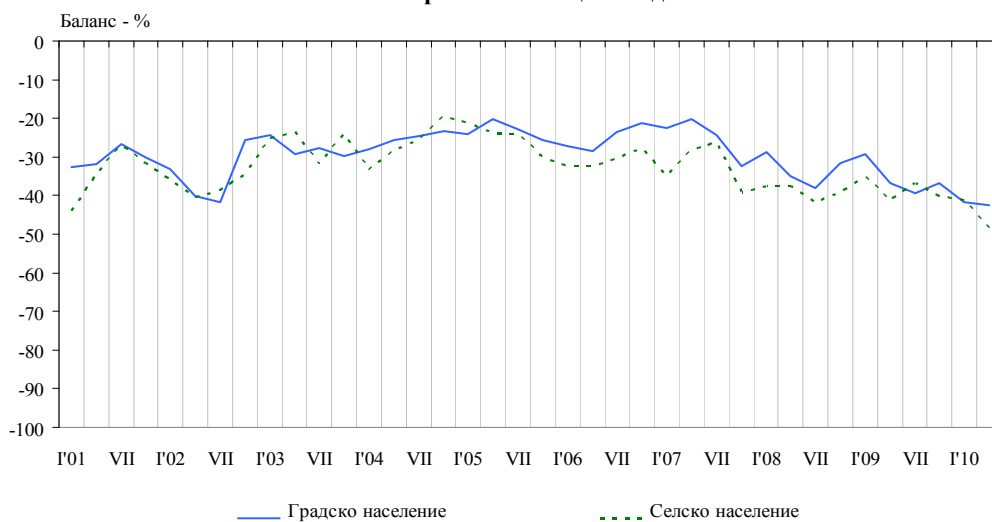
Графика 4. Очаквания за безработицата през следващите 12 месеца



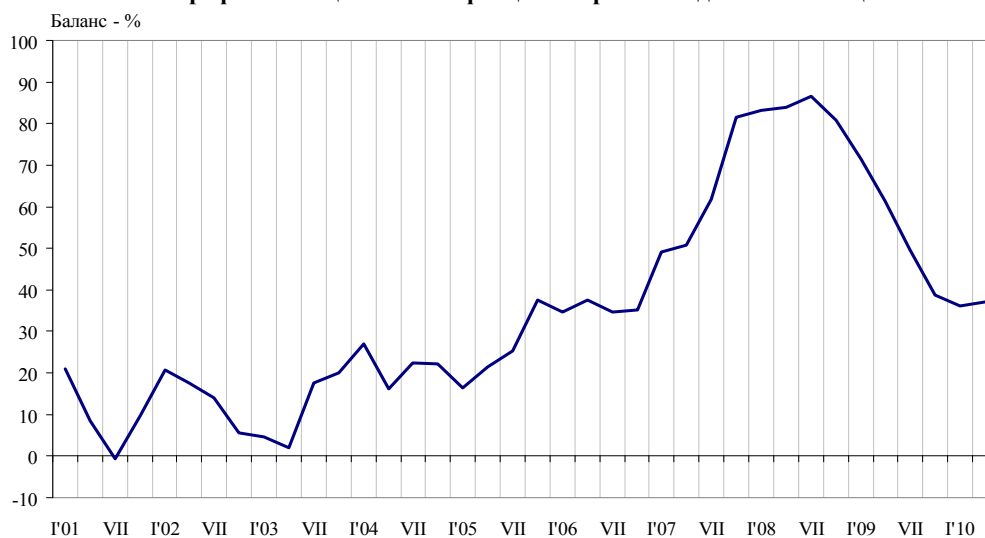
Графика 5. Оценка на общата икономическа ситуация през последните 12 месеца



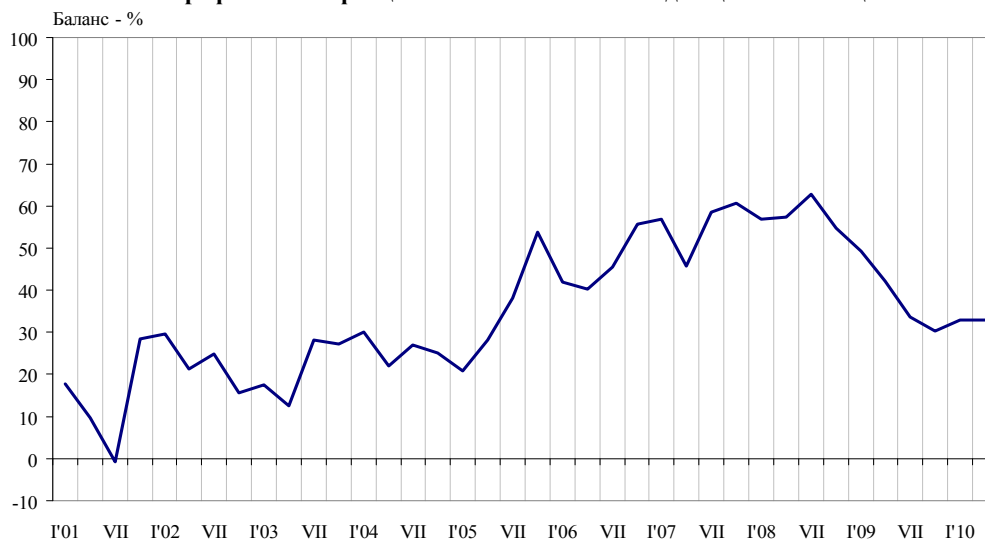
Графика 6. Оценка на финансовото състояние на домакинствата спрямо 12 месеца назад



Графика 7. Оценка на инфлацията през последните 12 месеца



Графика 8. Инфлационни очаквания за следващите 12 месеца



Графика 9. Оценка на предимството да се правят основни разходи за предмети с дълготрайна употреба в настоящата ситуация

